

PRESSEMITTEILUNG

Test: Online-Sportshops

Gute Internetauftritte, Sortiment nicht immer top – Testsieger ist Sportscheck vor Globetrotter und Sport-Thieme

Hamburg, 24.06.2013 – Die Sport- und Fitnessbranche boomt: So erzielte der deutsche Sportfachhandel im letzten Jahr einen Umsatz von über 7,3 Milliarden Euro. Und auch im Internet haben sich etliche Shops erfolgreich etabliert – rund 5,9 Millionen Käufer haben 2012 Sportartikel oder -geräte in den virtuellen Warenkorb gelegt. Doch welches Online-Sportgeschäft macht das Einkaufen durch einen bedienungsfreundlichen Internetauftritt auch zum Vergnügen? Wer bietet die besten Informationen? Und wer sticht in puncto Angebotsgröße und -vielfalt die Konkurrenz aus? Ergebnisse liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das zehn Online-Sportshops unter die Lupe genommen hat.

Die Online-Sportshops errangen für ihre Internetauftritte siebenmal das Qualitätsurteil „gut“, dreimal gab es ein „befriedigend“. Insbesondere die großteils intuitive Navigierbarkeit und die umfangreichen, gut strukturierten Inhalte fielen positiv ins Gewicht. Unterschiede zeigten sich beim Informationsangebot: Nicht alle Internet-Geschäfte boten Hilfsfunktionen an und typische Einkaufshilfen wie Größentabellen, Merkzettel und Produktberater waren keine Standards. „Trotz des insgesamt guten Ergebnisses konnte der Test in Einzelbereichen durchaus Verbesserungspotenzial aufzeigen“, bemerkt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Die Analyse des Angebots erbrachte kein einheitliches Bild. Bei der Gesamtzahl unterschiedlicher Artikel und Marken offenbarten sich ebenso deutliche Unterschiede wie beim Sortiment für unterschiedliche Sportarten. Und: Einerseits boten immerhin sieben von zehn getestete Unternehmen auch Sportgeräte an und lockten mit Preisaktionen, andererseits waren aber in acht von zehn Online-Sportshops kein Vereinsbedarf wie etwa Trikotssets bestellbar.

„Bester Online-Sportshop 2013“ wurde Sportscheck.com. Ausschlaggebend dafür war das mit Abstand beste Angebot. Der zum Otto-Konzern zählende Anbieter war hinsichtlich der Sportarten breit aufgestellt und überzeugte mit einem großen Sortiment an Artikeln, Sportgeräten, Marken und Accessoires. Der Online-Auftritt war der drittbeste im Testfeld und bot viele spezifische Informationen wie Einkaufshilfe, Produktbewertungen durch Kunden oder die Möglichkeit des Artikelvergleichs. Der zweite Platz ging an Globetrotter.de mit dem im Test besten Wert hinsichtlich der Bedienungsfreundlichkeit des Internetauftritts. Auch das Angebot war überdurchschnittlich gut – besser war hier nur der Testsieger. Dritter wurde Sport-Thieme.de, der den Testbereich Internet mit dem Urteil „gut“ abschloss und das viertbeste Angebot hatte. Aus der Internetanalyse ging als bester Anbieter und damit als Service-Sieger Mysportworld.de hervor.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete insgesamt zehn Online-Sportshops anhand einer Internet- sowie einer Angebotsanalyse. Die Prüfung der Internetauftritte basierte auf je einer weitreichenden Prüfung der Inhalte und der Sicherheit der Websites sowie auf jeweils zehn Bewertungen der Internetseiten durch Testnutzer. Zusätzlich fand ein Angebotstest statt, der den Umfang und die Vielfalt des angebotenen Sortiments ermittelte.

Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad

Beirat:

Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundebefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de